基于媒体融合背景下纪录片的新图景探微

摘　要：在媒体融合背景下，二更、抖音等以短视频为核心的媒体平台取得了迅速发展，对传统纪录片的传播发展空间进行了抢占。面对短视频的冲击，纪录片需要寻求适合的出路。基于这种认识，本文对媒体融合背景下纪录片受到的冲击展开了分析，提出了生产微纪录片的转型发展方向，并对纪录片类型形式创新、移动媒体新助力的提供等转型发展路径进行了探讨，从而描绘纪录片发展的新图景。

关键词：媒体融合；纪录片；新图景

中图分类号：G206　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2019）01-068-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.01.014

文 / 吴珺

引言

纪录片以真实人物及事件为拍摄内容，能够在主体思想引导下对纪实材料进行选择和组接，进行真实效果的艺术化表达，从而传递拍摄者的思想价值观念。在媒体融合背景下，受众观影习惯发生了变化，同样具有纪实性的短视频得以迅速发展，给传统纪录片带来了较大冲击。面对这一趋势，还需要加强纪录片转型发展路径的探索，从而构建纪录片发展的新图景。

1. 媒体融合背景下传统纪录片受到的冲击

1.1 媒体融合背景下短视频的诞生

伴随着移动互联网的快速发展，各种形态媒体陆续产生，并在传播渠道、内容、文化和技术等多方面实现了融合，促使媒体融合时代得以到来。媒介的高度融合、生活节奏的不断加快，促使人们的生活方式和思维发生了转变。在各个媒体平台上，可以通过媒介合作实现信息资源共享，共同完成新闻采集、制作和传播，确保适合内容能够在相应平台播出，从而使不同媒体的优势得以充分发挥。在媒介合作的基础上，平台之间的竞争也日渐加剧。短视频的产生，是在数字影像拍摄技术和移动互联网不断发展的基础上，对传统纪录片的“真实性”创作原则进行了继承，同时在内容呈现、时长、传播、创作手法等方面取得了创新[1]。在激烈的媒体竞争中，社会掀起了短视频的热潮，促使大量短视频平台陆续诞生，如二更、抖音、梨视频等。短视频之所以能够取得成功，主要是由于其更符合当前受众观影习惯，同时也符合新媒体传播规律。作为新的视听形式，短视频能够借助移动网络和社交媒体运营传播，可以进行真人真事的表现。普通用户也能参与到短视频制作和传播中，充分发挥主动性和创作性，拓宽短视频的传播渠道。从受众角度来看，面对大量媒介信息，人们形成了碎片化的阅读习惯，习惯于随时随地利用携带的移动设备进行信息阅读，从而加强碎片化时间的利用。在有限的时间内，用户想要完整地接收信息，还要选择时长较短的内容。短视频符合这一特点，实现了内容的浓缩，同时也能够给人带来较强视听感受，因此得到了受众的欢迎。

1.2 短视频给传统纪录片带来的冲击

短视频与传统纪录片相比，同样具有一定的纪实性，但是时长较短并且内容丰富，可以在移动设备上迅速下载，因此，能够使受众等车、午间休息期间的思想空白得到填补。以二更为例，作为原创短视频内容平台，该平台推送的原创视频时长大多在 3-6 分钟内。在抖音平台上，观看一个视频仅需要 15s。梨视频多数视频时长在 30s 到 3 分钟之间，一些纪录片时长也不超出 10 分钟。而传统纪录片时长通常能够达到 30 分钟到 1 小时之间，需要受众花费较长闲暇时间进行观看，已经不符合当代民众的收视习惯。目前，包含二更、抖音在内的短视频平台对用户的时间进行了大量“吞噬”，给传统纪录片带来了严重冲击[2]。而在各个平台之间，也掀起了争夺用户时间的激烈战争。根据中国网络视听节目服务协会发布的数据可知，截止 2018 年 3 月，中国月度活跃用户数量约 11 亿，增速不到 5%，基本已经接近顶峰，因此用户时间争夺才是各媒体平台关注的重点。按照一天 24 小时计算，抛出每天必要的生活和工作时间，用户可用的娱乐休闲时间约 5 个小时，其中约 32% 时间被微信等通讯应用占用，短视频占据约 7.4%，相比长视频占据用户更多时间。从央视发布的调查数据来看，我国电视纪录片的人均收视时间约 4 分钟，优质电视纪录片通常由央视部门完成编辑和制作，主要通过电视平台播出。在媒体融合时代，电视台收视率每况愈下，传统纪录片也陷入到了叫好不卖座的困境。相比短视频，传统纪录片不仅整体模式单一同时数量较少，意味着受众选择较少。此外，传统纪录片制作成本高、拍摄周期长，受人力、物力等各方面的制约，因此，目前面

临较大的生存压力。

2. 基于媒体融合背景下纪录片的新图景探究

2.1 纪录片转型发展方向

面对媒体融合趋势带来的冲击，中国纪录片产业势必要实现转型才能满足时代发展的要求，取得未来的可持续发展。而纪录片的发展，还要对传统制作手法进行继承，才能保留纪录片的艺术特点。在此基础上，则要实现创作思维、表现手法等各方面的革新与突破。相比其他视听作品，纪录片拥有无法取代的魅力，既富有文化艺术内涵，同时又带有思考性和启发性。在移动互联网时代，微纪录片作为新的纪录片形态得以产生。该种纪录片对纪录片的艺术特性进行了保留，可以将真实生活当成是素材，通过艺术加工展现真人真事，在继承展现真实的纪录片本质的同时，引发人们深入思考。而微视频内容精练，以短小见长，所以更符合媒体融合时代受众的观影习惯。创作微纪录片，能够降低传统纪录片的生产成本，通过手机在短时间内完成纪录片的拍摄，经过实时传输可以创造实时话题，以点带面的展现事物真实本质，以影像形式给人们的心灵带来冲击。因此，在媒体融合时代，微纪录片可以作为传统纪录片转型发展得到的产物，促使纪录片创作者得到创作新思路，加强纪录片的生产、传播和营销。从微纪录片的发展情况来看，在媒体融合时代，电视纪录片应当结合市场运行需求进行纪录片生产制作转型，针对传统纪录片存在的不足实现编辑方式创新，适当缩短纪录片的时长，同时保留纪录片的特性，确保新的纪录片能够以新的方式传递，满足新时期受众的诉求和意愿。相比传统纪录片，微纪录片拥有更加灵活和多元的制作和传播途径，能够使纪录片的发展道路得到拓宽，因此，能够为纪录片的未来发展指明方向。

2.2 纪录片转型发展路径

2.2.1 创新纪录片类型形式

结合纪录片转型发展需求，还要实现纪录片类型形式创新。从 20 世纪 20 年代开始，美国就一直在探索电影的类型化发展路径，并且取得了显著成就。现代纪录片的发展，同样应当认识到受众需求的多元化发展趋势，因此需要实现纪录片类型形式的创新，推动纪录片的成熟化发展。近年来，各大视频网站陆续进军纪录片领域，推动纪录片的创新发展，促使微纪录片、纪录剧、纪录电影等不同形式的纪录片得以产生，纪录片的边界逐渐模糊，同时也推动了纪录片的类型化发展。以二更为例，实际二更平台上一些短视频可以称之为微纪录片，如《更广州》《更成都》等系列作品都是从微纪录的角度，对中国城市人文地理和民俗景观进行展现。在《更成都》系列中，利用镜头对川味炸酱面的制作过程及其中蕴含的“家乡味道”进行了呈现，引导观众思考中国家庭为何重视“回家吃饭”。视频内容都是真人真事，也表达了深刻的内涵，符合微纪录片的特征。相比传统纪录片，微纪录片能够做到开篇直击人心，对主次进行了明显取舍，达到夺人眼球的效果。通过埋设伏笔，微纪录片可以引人深思，并且叙述节奏较快，符合快餐时代受众的喜好。纪录剧则是采用真人秀形式创作的纪录片类型，如《人世间 2》，对中国患者及其家庭面对医疗困境和死亡过程的真实影像进行了纪录，透过影像反映医患状态和人情冷暖问题，能够展现出纪录片的独特魅力。由于用户对移动互联网产生了强烈依赖，纪录片近年来与各种视频形式取得了融合，促使多种纪录片类型得以产生。从本质上来讲，其实就是纪录片以新的视频形式展现在受众面前，从而吸引受众注意。采取该种策略，能够完成话题级纪录片的创作，使纪录片重新出现在网民视线中，确保纪录片产业取得可持续发展。因此在未来发展中，还要持续进行纪录片类型形式的创新，从而有效推动纪录片类型化和多元化发展，促使纪录片产业规模得到不断扩大。

2.2.2 提供移动媒体新助力

纪录片在转型发展过程中，还应把握媒体融合带来的机遇，从而获得移动媒体新助力。现阶段，移动媒体已经取得了成熟化发展，从接收推文到观看作品都能实现高效无缝连接，能够为纪录片的宣发提供支撑。因此，纪录片在创作过程中，还应对各种媒体优势进行整合，使纪录片传播渠道得到拓宽。例如，纪录片《国家相册》将三维特效和摄影技术融合在一起进行故事讲述，实现了融媒体元素的融合，每集控制在 5 分钟，能够在移动端、互联网等各种媒体平台上播放，成功获得了社会的广泛好评。而在移动媒体取得快速发展的背景下，信息传播者和受众遭到了割裂，纪录片想要实现精准推送，还要加强移动端数据挖掘。采用大数据技术实现受众精准定位，可以有针对性地在移动媒体平台上进行纪录片的推送，从而使纪录片的制播掌握主动权[3]。通过微信、微博等各种平台对纪录片的相关信息进行推送，然后提供纪录片的链接，能够实现纪录片的快速传播。例如，《了不起的匠人》在营销过程中，就开通了官方微博账号，借助新媒体平台进行幕后花絮和最新信息的传送，结合时事热点进行话题的制造，成功积累了上百万的粉丝。在网络营销中，也可以采取碎片化推广模式，将纪录片精彩片段剪辑成多个时长不超出两分钟的微视频，通过在抖音、二更等平台发布以吸引年轻受众关注。采取该种措施，能够以移动媒体为助力加强纪录片的口碑传播和二次传播，促使纪录片的影响力不断扩大，成功开展营销活动。在传媒行业竞争日渐加剧的背景下，纪录片

想要突破传播发展困境，需要借助移动媒体平台实现综合宣发，加强线上、线下资源整合，通过与受众互动成功吸引受众注意，继而更好地实现市场化运作。

2.2.3 加快纪录片内容升级

对于短视频来讲，核心竞争力就在于优质内容。与短视频竞争，纪录片需要加快内容升级。在媒体融合时代，纪录片的制播应当保持开放状态，应当由观众根据需求实现内容、时间自主调节。所以，从题材选择上来看，应当加入互联网思维，制作更多接近民生的纪录片，如美食、旅游等，并非是一味进行展现宏观背景的纪录片制作。在选题上保持小切口、大格局，结合民生实际进行相关题材挖掘，并借助环环相扣的主线引导受众加强对宏观背景的了解，可以体现新时期纪录片的创新创意。媒体融合使技术和体制的限制得到突破，所以纪录片创作者能够从受众当中完成边缘题材的挖掘，将镜头对准社会普通人，借助网络完成更多素材的搜集和积累，创作出富有思想内涵的作品 [4]。从叙事上来看，传统纪录片主要采用访谈形式和通篇解说进行真实内容的展现，给人以说教、枯燥的感受。现代纪录片还应克服这些缺点，从微观层面入手，比如由主人公自己进行事件或感受讲述。在视听呈现上，可以实现多元化的拍摄，即根据个性化需求进行画风选择，实现内容灵活剪辑，从而利用较短时长进行完整故事讲述。比如，采用碎片式的剪辑方式，能够混合运用各种蒙太奇，组合不同镜头，增强纪录片视觉感染力，同时也符合现代人观影习惯。例如，微纪录片《故宫 100》采用三维动画技术进行剪辑，利用动画进行故宫模型的制作和名称展现，将动画场景与拍摄素材融合，给人以生动形象的视觉感受。在信息得以快速传播的时代，纪录片通过实现内容升级，完全能够凭借口碑实现高效宣发。因此，从长远眼光角度进行纪录片的制作，需要结合受众诉求进行纪录片内容拍摄，围绕群众关注的话题进行素材的搜集，确保内容对受众具有较强吸引力。例如，纪录片《走遍中国》结合城市快速发展的背景，以群众关注的城市发展问题为切入点，介绍了不同城市的风土人情和城市发展文化背景，成功激发了群众共鸣，最终取得了较好的宣发效果。

2.2.4 开发纪录片产业项目

对于纪录片产业来讲，想要取得可持续发展需要重视产业项目开发，充分体现纪录片的商业化价值，从而为产业发展提供源源不断的动力。在当前社会背景下，针对优质媒介产品，将从多个维度实现商业价值的挖掘，促使其得到不断增值。针对优质纪录片，同样应当实现项目化操作，以便使周边产业得到盘活，继而有效推动纪录片业界的发展。例如，在《舌尖上的中国》成为话题级纪录片后，就得到了强 IP 开发，不仅完成了系列作品的创作，也推出了《舌尖上的新年》等项目，从而实现作品衍生价值的挖掘。在科技时代，任何产业的发展都离不开技术创新。因此在纪录片项目开发上，还应加强现代化技术运用，实现纪录片编辑技术的创新，促使纪录片整体质量得到提高。例如，《制胜！中国海军陆战队》是由新华社出品的纪录片，通过采用 VR 技术增强纪录片给受众带来的真实感受，成功引起了广大网民的关注。引入该技术，纪录片制作时景多为全景远景，具有较高声音创作要求，更能体现纪录片追求真实的特点，同时也能给受众带来无穷的想象空间，摆脱时空对自身的约束。开发这类项目，能够打破过去纪录片发展受到的题材和表现手法限制，推动纪录片制播改革创新。在媒体融合时代，也可以引入传感器技术完成交互式纪录片项目的开发，在物联网平台上完成纪录片的制播，通过人机对话形式实现纪录片传播，继而全面推动纪录片生产模式的创新 [5]。因此，通过融合发展完成纪录片项目开发，能够迎来良好的发展前景。

结语

通过研究可以发现，短视频是媒体融合时代的产物，相比传统纪录片更符合现代人的信息接收习惯，所以给传统纪录片带来了较大冲击。面对这一局面，纪录片还要寻求转型发展道路，结合媒体融合趋势探索微纪录片发展道路，实现纪录片类型形式的创新，获得移动媒体助力。通过实现内容升级和完成产业项目开发，可以有效推动纪录片的发展创新，继而为中国纪录片的发展开创新图景。媒

参考文献

[1] 吴雨宸 . 流媒体纪录片的生产、传播融合发展——从互动性内容生产到国际化导向传播 [J]. 新媒体研究，2018（24）：118-120.

[2] 罗春筠 . 国产纪录片的生存现状及发展前景研究 [J]. 科技传播，2018，10（24）：172-173，182.

[3] 张亚东 . 新媒体时代电视纪录片编辑创新路径 [J]. 科技传播，2018，10（22）：86-87.

[4] 杨浩安 . 关于新媒体时代下微纪录片特征与传播探析 [J]. 传播力研究，2018，2（25）：52.

[5] 钟雅琴，陈良壁 . 互联网语境下纪录片产业的发展范式与演进趋势 [J]. 杭州师范大学学报（社会科学版），2018（01）：1-5.

（**作者单位**：江苏省无锡广新影视动画技术有限公司）